



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Relación entre el uso de la red social Facebook en la campaña publicitaria “Jueves de Patas” de Pilsen Callao y la acción de compra de los estudiantes del Instituto SENATI, Ventanilla, Callao, 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado de Ciencias de la Comunicación

AUTOR

Ampuero Cherrez, Víctor Manuel

ASESOR

Lic. Alfredo Cautín

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA - PERU

Año 2016

.....

Mg. Javier Argote

Presidente

.....

Mg. Cesar Smith

Secretario

.....

Mg. Elenisa Uvidia

Vocal

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mis padres, en especial a mi padre que siempre estuvo apoyándome en los momentos más complicados del trabajo de investigación, y aconsejándome en cada momento requerido.

A mi asesor por el tiempo usado en cada día de las asesorías y los consejos que me dio en el transcurso de la tesis.

A mis amigos más cercanos por cada consejo y apoyo en distintos momentos de la tesis.

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo de investigación, doy el agradecimiento a mi familia por el apoyo que me brindaron para realizar esta tesis.

Agradecimiento a los centros y universidades que me brindaron facilidad para poder realizar la investigación y la aplicación de mi tesis como fue debida.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo..... Con DNI N°....., a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de....., Escuela de, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, del

**Víctor Manuel
Ampuero Cherrez**

PRESENTACIÓN

Señores miembros

del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada”.....”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de.....

El Autor

INDICE

PÁGINAS PRELIMINARES

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Página del jurado..... | II |
| Dedicatoria | III |
| Agradecimiento..... | IV |
| Declaratoria de autenticidad..... | V |
| Presentación | VI |
| Índice..... | VII |
| RESUMEN..... | IX |
| ABSTRACT..... | X |

I. INTRODUCCIÓN

| | |
|---------------------------------------|----|
| 1.1 Realidad Problemática..... | 12 |
| 1.2 Trabajos previos..... | 13 |
| 1.3 Teorías relacionadas al tema..... | 17 |
| 1.4 Justificación del estudio | 32 |
| 1.5 Formulación del problema..... | 34 |
| 1.6 Objetivo..... | 35 |
| 1.7 Hipótesis..... | 36 |

II. MÉTODO

| | |
|--|----|
| 21 Diseño de investigación (ENFOQUE, TIPO, NIVEL) | 37 |
| 22 Variables, operacionalización..... | 37 |
| 23 Población y muestra | 43 |
| 24 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 44 |
| 25 Métodos de análisis de datos..... | 47 |

| | |
|---------------------|----|
| III.RESULTADOS..... | 48 |
|---------------------|----|

| | |
|-----------------------------------|---------------|
| IV.DISCUSIÓN..... | 88 |
| V. CONCLUSIÓN..... | 90 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 91 |
| VII. REFERENCIAS..... | 92 |
| ANEXOS..... | 95 |
| • Instrumentos..... | 96 |
| • Matriz de consistencia..... | 103 |
| • Validación de instrumentos..... | 108 |

RESUMEN

En este trabajo de investigación se identificó la relación entre el uso de la red social Facebook en la campaña publicitaria “Jueves de Patas” de Pilsen Callao y la acción de compra de los estudiantes del Instituto SENATI, Ventanilla, Callao, 2016. Con esta tesis se pudo identificar la relación y responder el problema general del estudio que busca la relación de ambas variables a través de una encuesta formulada a la población determinada, la cual consiste en encuestar a 135 estudiantes de la carrera de Electricidad Industrial del Instituto Senati y posteriormente exponer los resultados de dicha encuesta. Como conclusión, se identificó que los estudiantes encuestados compran la cerveza Pilsen Callao, debido a la originalidad de los mensajes e imágenes de las publicaciones y que conllevan a adquirir la cerveza Pilsen Callao.

PALABRAS CLAVES

Hashtag , Jueves , Compra

ABSTRACT

In this research the relationship of the use of the social network Facebook in the advertising campaign "Thursday Patas" Pilsen Callao and buying action in students the Industrial Electricity Senati Institute district identified Regional window of the province of Callao during the period September to October 2016. this thesis could identify the relationship and answer the general question of the study looking at the relationship of both variables through a survey made to the targeted population, the survey consisting of 135 students of the Industrial Electricity Institute Senati and then present the results of that survey.

In conclusion, respondents identified that students buy the Pilsen Callao, due to the originality of the messages and images of publications and leading to acquire Pilsen Callao.

KEY WORDS

Hashtag, Thursday, Purchase